

各位

2022年2月28日
株式会社 CARTA COMMUNICATIONS

CCI、国内動画配信サービス視聴動向および広告評価に関する調査を実施

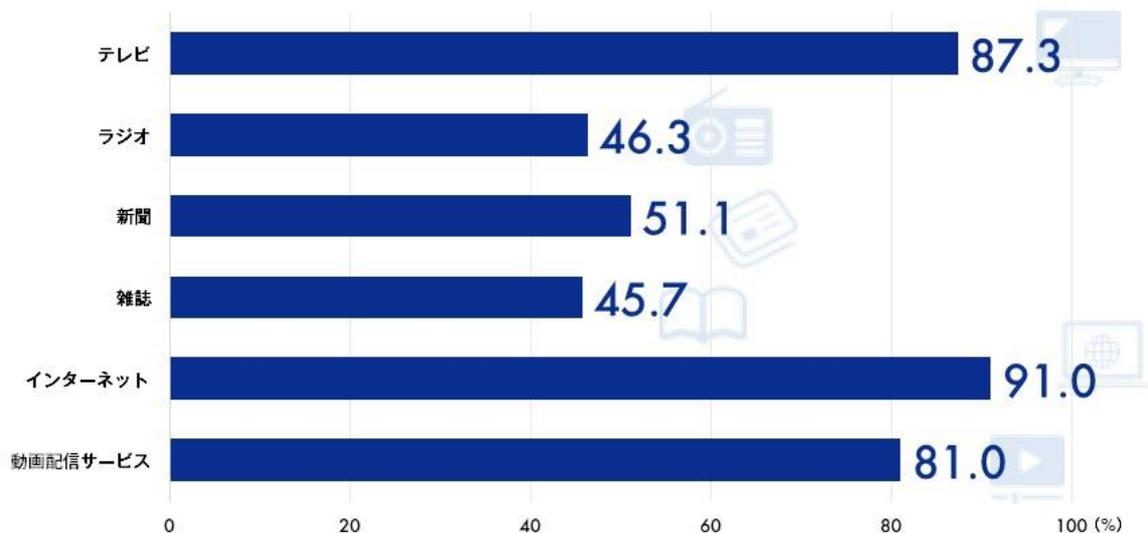
株式会社CARTA HOLDINGSのグループ会社である株式会社CARTA COMMUNICATIONS（本社：東京都中央区、代表取締役社長：目黒 拓、以下CCI）は、国内動画配信サービス視聴動向および広告評価に関する調査を実施しました。

本調査では、2019年12月、2020年6月に続き2021年9月に実施した「動画配信サービス利用実態調査」のデータをもとに、国内動画配信サービスの利用実態を明らかにするとともに、動画広告に対するユーザーの意識についてまとめました。

■各メディア利用率

各メディアの利用率は、「インターネット」が最も高く、「テレビ」、「動画配信サービス」が続きました。動画配信サービスは、インターネット、テレビに次ぐメディアへと成長しています。

[動画配信サービスはインターネット、テレビに次ぐメディアに成長]



■各サービス利用者の割合（3カ月以内利用率）

AVOD（広告型動画配信サービス）の利用率は2020年6月と比較して4.5ポイント増の31.8%、SVOD（定額制動画配信サービス）の利用率は4.6ポイント増の34.7%に拡大しました。

AVOD、SVODともに利用率は大きく伸長しました。2020年以降長期化するコロナ禍の影響で、新しい生活様式が定着し、生活者の可処分時間が増えたことに加え、各サービスで話題となるオリジナルコンテンツが配信されていることなどが利用率の伸びに繋がっていると想定されます。

[各サービス利用者の割合（3カ月以内利用率）]



■動画配信サービス デバイス別視聴割合

インターネットに接続したテレビ（コネクテッドTV）で動画配信サービスを視聴する割合が2020年6月と比較して5.3ポイント増の28.2%まで増加しました。大画面での視聴に適したスポーツや映画、ドラマ、TVの見逃し配信などの動画配信サービスの利用拡大に伴って、コネクテッドTVは今後ますます定着化していくと想定されます。

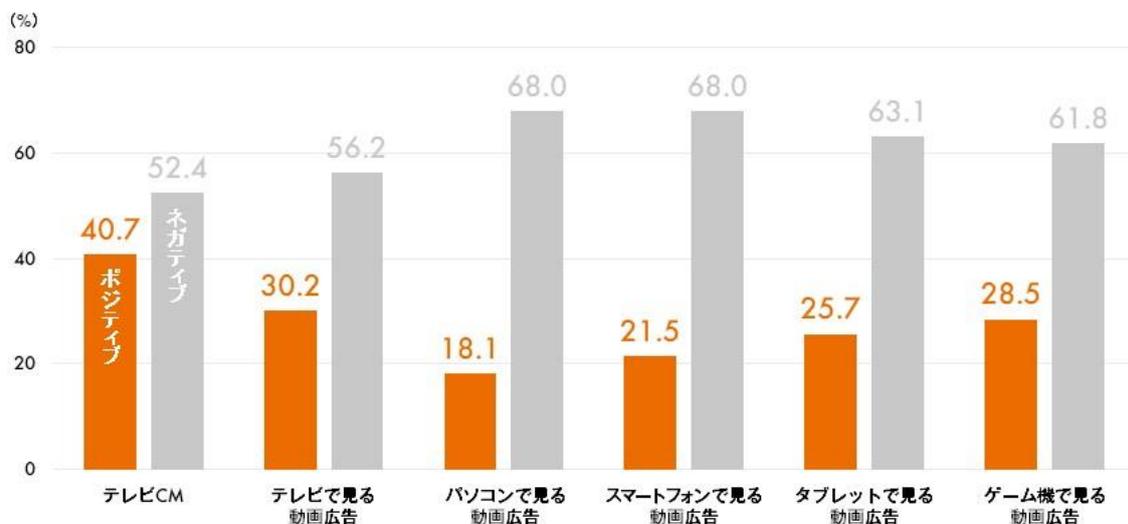
[テレビで動画を見る人の割合が増加傾向]



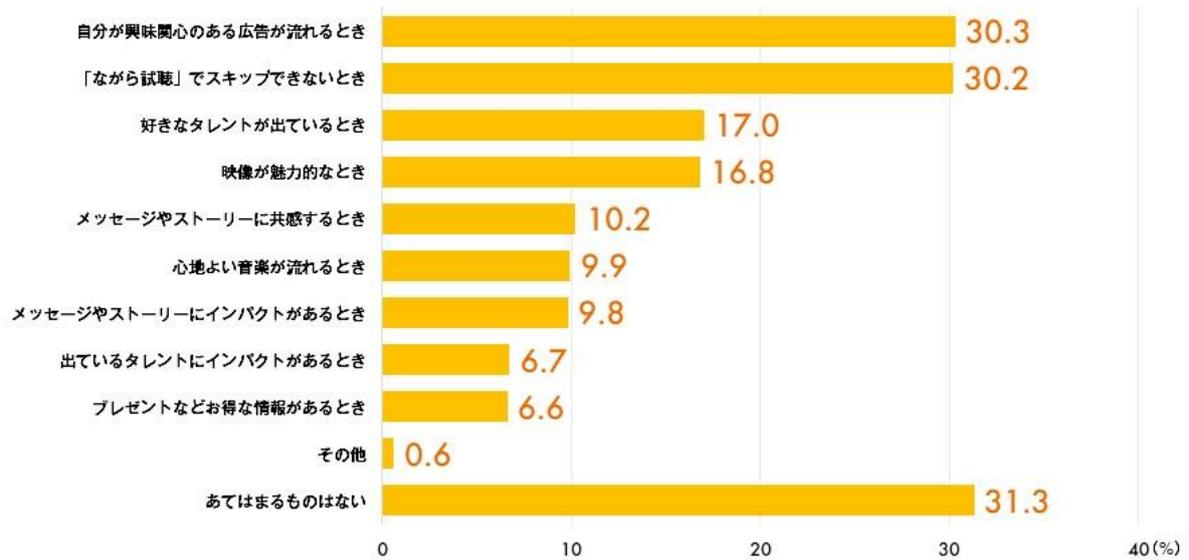
■デバイス別広告評価（ポジティブ・ネガティブ）

テレビで見る動画広告は、テレビCMに次いでポジティブ評価が高い結果となりました。テレビで見る動画広告は、テレビCMと同様に、企業の信頼性やサービスの想起といった効果が期待できます。

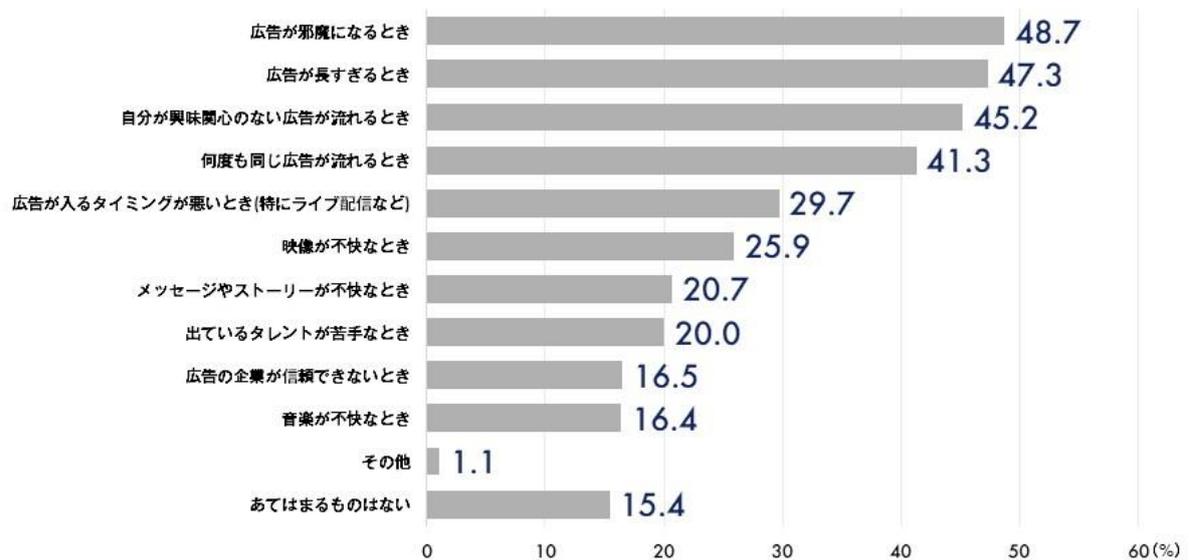
[デバイス別広告評価（ポジティブ・ネガティブ）]



[動画広告をスキップしない状況]



[動画広告をスキップする状況]





■調査概要

- ・調査目的 : 動画配信サービスの利用実態を明らかにし、サービスジャンルにおける特徴を把握する
- ・調査地区 : 全国
- ・調査方法 : インターネット調査
- ・調査対象 : 男女 15～69 歳
- ・調査サンプル数 : 6,000s
- ・調査実施機関 : 株式会社ビデオリサーチ
- ・調査期間 : 2021 年 9 月 10 日（金）～9 月 12 日（日）

以上

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社 CARTA HOLDINGS マネジメントオフィス本部 梶原

株式会社 CARTA COMMUNICATIONS ブロードキャスティング・ディビジョン 國分

E-mail: ottplaybook@cci.co.jp

【報道関係者お問い合わせ先】

株式会社 CARTA HOLDINGS 広報担当

<https://cartaholdings.co.jp/contact-pr/>